

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Penelitian ini ingin melihat penerimaan masyarakat khususnya perempuan terhadap *gender taboo* pada Instagram dan Youtube Danilla Riyadi. Dalam hasil temuan peneliti, peneliti membagi dua topik pembahasan analisis, ialah: Perempuan merokok, bertato, dan minum alkohol: *bitch* or *angel* dan Terjebak diantara moral dan ekspresi diri. Pada pembahasan yang pertama mengenai perempuan merokok, bertato, dan minum alkohol: *bitch* or *angel*. Untuk pembahasan ini terlihat tiga posisi yang berada dalam posisi *dominant*, dimana berarti tiga informan menyukai dan atau sejalan dengan konten Danilla sebagai *public figure* perempuan yang merokok, bertato, dan minum alkohol. Tiga informan yang berada dalam posisi *dominant* ini merasa tidak ada yang salah ketika perempuan disebut nakal atau berandalan, karena menurut mereka hal ini merupakan pilihan individu. Sedangkan satu informan berada di posisi *negotiated*, yang berarti informan merasa tidak terganggu dengan konten Danilla, namun informan memiliki keraguan yang didapat dari latar belakang keluarga dan budaya lingkungan sekitarnya, sehingga hal ini meletakkan informan dalam posisi *negotiated*. Untuk dua informan lainnya berada dalam posisi *oppositional*, yang dimana berarti kedua informan ini merasa terganggu dan tidak sejalan dengan konten Danilla sebagai *public figure* perempuan yang merokok, bertato, dan minum alkohol. Sehingga hal ini seolah menggambarkan posisi informan sebagai *angel* yang sejalan dengan pendapat

masyarakat kebanyakan mengenai perempuan merokok, bertato, dan minum alkohol.

Sedangkan dalam pembahasan kedua yang membahas mengenai terjebak diantara moral dan ekspresi diri ini membahas makna yang diterima informan terhadap kata kasar yang diucapkan Danilla. Sebanyak dua informan berada dalam posisi *dominant* yang dimana menggambarkan perempuan seperti di penjarakan oleh konstruksi gender yang ada dalam masyarakat. Seolah perempuan tidak memiliki pilihannya sendiri, bahkan pilihan perempuan sudah menjadi pilihan masyarakat. Ketika seorang perempuan merokok, bertato, minum alkohol, dan berkata kasar mereka harus siap dengan sebutan perempuan jalang atau *bitch in feminism* yang sudah seperti kutukan bagi para perempuan. Ini mencerminkan wacana khas feminis di Barat yang akhirnya memberanikan diri mereka dan mengubah konsep *bitch* menjadi simbol keberanian dan kebebasan. Sedangkan empat informan lainnya berada dalam posisi *oppositional*. Yang dimana berarti informan dengan jelas menolak konten *gender taboo* Danilla yang mengucapkan kata-kata kasar dalam Youtube. Informan yang menolak konten Danilla yang mengandung kata kasar ini merasa bahwa ungkapan tersebut dianggap tidak sopan dan tidak pantas diucapkan, hal ini tentu dipengaruhi latar belakang budaya keluarga setiap informan yang akhirnya mempengaruhi informan ketika memaknai konten *gender taboo* Danilla yang mengandung kata kasar ini.

Dari keseluruhan penerimaan informan dalam topik pembahasan ini, sebagian besar informan cenderung berada pada posisi *oppositional*. Yang dimana

ini diartikan sebagian besar informan menolak akan adanya *gender taboo* yang dilakukan oleh Danilla Riyadi pada akun Instagram dan Youtube.

V.2. Saran

V.2.1. Saran akademis

Selain menggunakan metode *reception analysis*, topik penelitian ini bisa diteliti dengan menggunakan metode semiotika, dimana simbol maupun lambang yang terdapat dalam video Youtube Danilla dan video wawancaranya ini dapat diinterpretasikan satu persatu oleh peneliti nantinya. Selain itu jika tetap menggunakan metode yang sama seperti ini, bisa ditambahkan kriteria informan yang lebih luas lagi misalnya dengan menambahkan kriteria perempuan rumah tangga untuk memaknai konten Danilla. Terlebih lagi mengenai panduan wawancara, analisis, serta teori yang mungkin bisa dibuat lebih detail dan mendalam nantinya. Selain itu, topik pembahasan bisa diperbanyak lagi dan dibahas secara lebih mendalam. Atau bisa juga dengan metode yang sama namun dengan topik yang berbeda seperti ungkapan Danilla mengenai *sex before marriage* yang dimana Danilla juga secara terbuka mengatakan banyak hal mengenai kehidupan seks yang dilakukannya sebelum pernikahan.

V.2.2. Saran sosial

Berdasarkan penelitian ini, dapat terlihat bagaimana masyarakat melihat perbedaan perempuan dan laki-laki. Bahkan perempuan seringkali dibedakan berdasarkan apa yang menjadi pilihannya. Hal ini juga tergambarkan dalam beberapa teori yang sudah dipaparkan dan pendapat dari beberapa informan yang

ada dalam penelitian ini. Sehingga dapat terlihat bahwa perempuan di Indonesia masih sering mendapatkan diskriminasi baik dari laki-laki maupun perempuan itu sendiri. Terutama hal ini terjadi pada perempuan yang merokok, bertato, minum alkohol, dan berkata-kata kasar.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alasuutari, Pertti. (1999). *Rethinking: The Media Audience*. London: SAGE Publications.
- Allan, Keith dan Kate Burridge. (2006). *Forbidden Words Taboo and the censoring of language*. Cambridge University Press.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Hall, Stuart. (2005). *Culture, Media, Language*. New York: Taylor & Francis e-Library.
- Handayani, Abmi, dkk. (2012). *Perempuan berbicara Kretek*. Jakarta Pusat; Indonesia Berdikari
- Jensen, K.B, Jankowski, N.W. (2002). *A Handbook of Qualitative Methodologies For Mass Communication Research*. London: Routledge.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset MEDIA, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Levit, Nancy. (1998). *The Gender Line*. New York University Press.
- Lips, M Hillary. (2017). *A New Psychology of Women*. Waveland Press, Inc.
- McQuail, Denis. (1997). *Audience Analysis*. SAGE Publications.
- Mulyana, Deddy. (2009). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. 2018. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin(Ed). (2014). *Komunikasi Budaya Pariwisata dan Religi*. Yogyakarta: Buku Litera
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Pujileksono, Sugeng. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Riswandi. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Walby, Sylvia. (1991). *Theorizing Patriarchy*. Wiley-Blackwell.
- Wijayana, I. D. P dan Rohmadi. (2013). *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Jurnal

- Ayun, Primada Qurrota. (2015). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *Channel*, 03 (02), 1-16.
- Adi, T.N. (2012). Mengkaji Khalayak Media dengan Metode Penelitian Resepsi. *Acta Diurna*, 08, 01.
- Kleinman, S., Matthew, B.E., Corey, C.F. (2009, September). Reclaiming Critical Analysis: The Social Harms of “Bitch”. *Sociological Analysis*, 03,01.
- Krisnawati, Ester. (2016). Mempertanyakan Privasi di Era Selebgram masih adakah? *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13 (02), 179-199.
- Marhumah. (2011). Konstruksi Gender, Hegemoni, Lembaga Pendidikan. *Jurnal Sosial dan Budaya Islam*, 19, 02.
- Misel, Katherine. (2017, Desember). Klipsun Magazine. *Western Washington University*.47, 02.
- Nugraheni, Y., & Anastasia Y.W. (2017). Social Media Habit Remaja Surabaya. *Jurnal Komunikatif*, 01, 13-30.
- Omara, Andy. (2004). Perempuan, Budaya Patriarki, dan Representasi. *Mimbar Hukum*, II (46).
- Pattipeilohy, Ester Meilany. (2015). Citra Diri dan Popularitas Artis. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 03, 01.
- Setiadi, Ahmad. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Jurnal Humaniora*, 16, 02.
- Sukendar, Markus Utomo. (2015). Tato dan Media Sosial. *Jurnal Sainstech Politeknik Indonusa*, 02 (04), 85-94.
- Sulaiman, Aimie. (2016). Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger. *Jurnal Society*, VI (01), 15-22.
- Suryani, Ani. (2013). Analisis Resepsi Penonton Atas Popularitas Instan Video Youtube ‘Keong Racun’ Sinta dan Jojo. *THE MESSENGER*, 05, 01.

Online

- @awkarin *Instagram* (18 April 2020). Instagram. Diakses pada tanggal 07 Mei 2020 dari <https://www.instagram.com/awkarin/?hl=en>
- @danillariyadi *Instagram* (27 April 2014). Instagram. Diakses pada tanggal 24 Februari 2020 dari <https://www.Instagram.com/danillariyadi/?hl=en>
- @danillariyadi *Instagram* (18 Januari 2018). Instagram. Diakses pada tanggal 1 Maret 2020 dari <https://www.Instagram.com/danillariyadi/?hl=en>
- @danillariyadi *Instagram* (26 November 2019). Instagram. Diakses pada tanggal 1 Maret 2020 dari <https://www.Instagram.com/danillariyadi/?hl=en>

@danillariyadi *Instagram* (16 Desember 2019). Instagram. Diakses pada tanggal 1 Maret 2020 dari <https://www.Instagram.com/danillariyadi/?hl=en>

@pergijauh *Instagram* (16 September 2019). Instagram. Diakses pada tanggal 1 Maret 2020 dari <https://www.Instagram.com/danillariyadi/?hl=en>

@uusbiasaaja *Instagram* (24 Februari 2020). Instagram. Diakses pada tanggal 26 Februari 2020 dari <https://www.Instagram.com/uusbiasaaja/?hl=en>

Uus Kamukita *youtube* (21 Februari 2020). Youtube. Diakses pada tanggal 21 Februari 2020 dari <https://www.youtube.com/watch?v=Q3GhMdu9LkA&t=638s>

Gofar Hilman *youtube* (30 Desember 2018). Youtube. Diakses pada tanggal 20 Januari 2020 dari <https://www.youtube.com/watch?v=daBl5Q8IaaM>